BILAN DU PROGRAMME D'ACTION DANS LE SECTEUR DU TOURISME EN 1984 ET PERSPECTIVES POUR L'ANNEE 1985

1- LE BILAN DE LA SITUATION DU TOURISME

En 1984, le tourisme a contribué sensiblement à la relance de l'économie québécoise. L'année 1984 aura été nettement meilleure qu'en 1983. Que ce soit au niveau international ou national, les principaux indicateurs dont nous disposons présentement confirment une tendance à la hausse sur l'ensemble de nos principaux marchés.

Ainsi autant pour la saison hivernale, grâce à une reprise de l'industrie du ski que pour la saison estivale, on a enregistré, via les frontières du Québec, une augmentation sensible du nombre d'Américains pour des séjours de plus de 24 heures. L'augmentation, qui ne tient pas compte des entrées des visiteurs qui entrent par l'Ontario et qui se dirigent vers le Québec, a été respectivement de 4% pour l'hiver et de 6% pour l'été 1984 comparativement pour les mêmes périodes en 1983. Même situation en ce qui a trait aux voyageurs qui viennent des pays autres que les Etats-Unis où l'on enregistre une augmentation de 11% dans le nombre d'entrée aux frontières et cela pour les trois mois considérés. Il en résulte que le nombre de chambres louées au cours de l'été 84 est supérieur de 300 000 à celui de 1983 pour la même période.

La saison estivale aura été marquée aussi par une diminution importante des voyages des québécois vers la Côte-est des Etats-Unis. En effet, selon Statistique Canada, le nombre de voyageurs canadiens qui sont rentrés via les frontières du Québec, des Etats-Unis après un séjour de plus de 24 heures principalement sur les plages de la Côte-Est des Etats-Unis au cours des mois de juin, juillet, août et septembre a diminué de près de 360 000 comparativement à la saison 1983, soit 21%.

Cette augmentation de touristes au Québec s'est aussi reflétée dans le nombre de chambres vendues dans les établissements hôteliers. Pour l'ensemble des 18 régions touristiques, cela représente une augmentation de 7,3%.

On note aussi que l'achalandage dans les kiosques d'information touristique du Gouvernement durant l'été a augmenté de 26% par rapport à la même période l'an dernier.

Au cours de l'été, les villes de Montréal et de Québec ont accueilli un plus grand nombre de délégués de congrès. De juin à septembre, Montréal a accueilli 51,983 congressistes soit 37% de plus qu'en 1983 et Québec 36,414, pour une augmentation de 36%.

Certes, la situation économique a contribué à la reprise de l'industrie touristique. Il faut ajouter la contribution du Gouvernement en termes de budgets additionnels pour promouvoir les attraits touristiques du Québec et son association à des événements importants comme Québec 1534-1984, les fêtes du St-Laurent, le Festival d'été, la venue du Pape, etc.

2- LE BILAN DES ACTIONS EN MATIERE DE TOURISME

L'industrie touristique québécoise, en générant des recettes de l'ordre de $2 milliards annuellement, se place au nombre des secteurs économiques les plus importants au Québec. Elle occupe près de 120,000 personnes/année.

A cet égard, 1984 aura marqué un tournant. Perçue comme une année-charnière, elle pourra être à juste titre considérée comme le point de départ d'une première véritable action gouvernementale en matière de développement touristique. Une série d'évènements et de mesures l'auront en effet jalonnée, introduisant le secteur touristique québécois sur la voie de changements majeurs.

Un nouveau ministère

Certes, la création annoncée d'un ministère spécifiquement préoccupé des questions touristiques en constitue le fait le plus percutant. Réclamée et attendue depuis plus de quinze ans, la création d'un ministère du Tourisme représente à la fois l'aboutissement des efforts de ses pionniers, tant dans les domaines de l'aménagement, de la recherche, de l'éducation, de la promotion que de l'industrie proprement dite, en même temps qu'elle souligne le début d'une nouvelle étape vers la réalisation du potentiel, encore largement sous-utilisé, de cette industrie au Québec.

Un programme d'action mieux défini

Préfigurant cet événement, la production d'un document d'orientation produisant le bilan et les perspectives d'action pour les années 1985 à 1988 et la continuation de notre stratégie triennale de marketing permettent d'éclairer les multiples facettes du secteur et de continuer notre lancée tout en établissant la nouvelle administration sur des assises plus solides.

Des efforts de promotion accrus

L'octroi, dans le cadre du plan de relance, d'un montant additionnel par rapport à 1983-84 de 1,5M$ au budget supplémentaire destiné à accroître l'impact de la promotion touristique tant au Québec qu'à l'étranger, permettait d'atteindre des marchés pratiquement inexploités, de promouvoir certains produits touristiques encore négligés malgré leur importance, d'utiliser des médias d'information plus sophistiqués, à diffusion plus large, de monter des campagnes mieux étoffées. Une association avec les partenaires privés (Télémédia, Bombardier, Labatt) a également permis de mieux atteindre différents segments de marché. L'accroissement des crédits à la promotion correpondait certes à une forme de rattrapage par rapport aux efforts des régions concurrentes, ceux de l'Ontario notamment, mais ce bond en avant démontrait aussi une volonté ferme du gouvernement de placer le Québec à la hauteur des destinations touristiques concurrentielles dans le contexte nord-est américain.

Une nouvelle politique d'accueil

Les premiers éléments d'une nouvelle politique d'accueil et de renseignements touristiques ont parallèlement été mis en place au cours de l'année: centres d'accueil majeurs prévus à Montréal et à Québec, nouveaux kiosques frontaliers (Rigaud, Philipsburg, Stanstead et Dégelis), système de renseignement et de réservation d'hébergement à l'échelle régionale par l'introduction de 17 lignes téléphoniques à accès direct. Précurseur d'un système informatisé de renseignement et de réservation

en voie d'élaboration, ce système manuel n'en aura pas moins permis de répondre à quelque 23 000 appels et à procéder à près de 6 500 réservations entre juin et décembre 1984.

La mise en place également de dix lignes téléphoniques à accès gratuit pour l'ensemble des résidents ontariens et américains a de plus contribué à accroître l'accessibilité de l'offre touristique québécoise, en rapprochant en somme le client du produit. Par ailleurs, le nombre d'appels reçus au central s'est élevé à 133,278 pour la dernière campagne d'été, soit une augmentation de 79% par rapport à l'année 1983.

Forte expansion de l'aide au développement touristique

Par rapport à la promotion, la publicité, l'accueil et le renseignement touristique, les événements dans le domaine du développement touristique n'ont pas moins été aussi spectaculaires.

Première année d'activités de la SPCM

Bien que la Société du Palais des Congrès de Montréal ait débuté ses activités en juin 1983, ce n'est qu'à la fin mars 1984 qu'elle a officiellement pris possession du Palais des Congrès. Or, pour cette première année complète d'activités, la SPCM aura accueilli pas moins de 108 évènements, dont 33 congrès, 16 expositions commerciales, 14 expositions publiques et 45 événements divers. Près d'un million de personnes auront assisté à divers titres aux évènements qui se seront tenus au

Palais des congrès, dont 67,200 délégués, 5,855 exposants, 606,650 visiteurs et 181,405 participants. Au nombre des prestigieux événements, mentionnons ceux de l'American Pharmaceutical Association avec 4,000 participants, de l'American Publisher Association avec 2,500 participants et la conférence internationale de développement social avec 12,500 personnes. A titre indicatif, les dépenses directes des congressistes, des visiteurs et des participants s'élevèrent à $31 millions, générant des retombées économiques de l'ordre de $66 millions.

Des programmes d'aide financière plus complets

Considérées désormais sur un pied d'égalité avec le secteur manufacturier, les petites et moyennes entreprises touristiques, celles du sous-secteur de l'hébergement surtout, ont été déclarées admissibles au Programme de financement des entreprises, se voyant du même coup offrir une assistance financière sous forme de garantie de prêt visant la réalisation de nouveaux investissements qui ont totalisé, de janvier à décembre 1984, 38 millions, créant par le fait même 366 emplois nouveaux.

Ce volet complémentaire d'aide à l'industrie touristique est ainsi venu accroître sensiblement l'assistance offerte en vertu de la loi sur l'aide au développement touristique. A ce sujet d'ailleurs, il faut noter que les modifications récentes apportées à cette loi auront permis d'élargir l'admissibilité des projets à caractère touristique. En effet, les demandes de crédit touristique ont augmenté de 35% en nombre et 73% en volume de 1982-83 à 1983-84.

Ces deux programmes d'aide à caractère sectoriel devraient théoriquement répondre à une large partie des besoins financiers des entreprises.

Un cadre de planification élargi

La composante régionale du tourisme, particulièrement évidente dans le domaine du développement touristique, a fortement retenu l'attention au cours de l'année et cette tendance ira en s'accroissant. La création des MRC, la tenue de sommets régionaux et la consolidation des associations touristiques régionales constituent des réalisations relativement récentes qui ne sont pas étrangères à ce phénomène.

La mise en oeuvre de plans de développement touristiques régionaux et la remise en application de l'entente auxiliaire sur le tourisme insuffleront un dynamisme nouveau dans les milieux intéressés au cours des années à venir.

Des pôles d'attractions touristiques consolidés

La mise en valeur de pôles d'attractions touristiques majeurs susceptibles de susciter l'intérêt des touristes étrangers et retenir une partie des québécois chez eux représente une orientation et un défi depuis longtemps véhiculés par l'administration chargée du tourisme au Québec. Comme en témoignait d'ailleurs le plan de relance en novembre 83, le développement des activités touristiques passe par la création et la consolidation de centres d'attractions reliés aux loisirs et à la culture". Plusieurs initiatives amorcées ou réalisées en 1984 sont allées dans ce sens. Les investissements massifs réalisés dans les secteurs du Vieux

Montréal et du Vieux Québec, la revitalisation de Terre des hommes, la mise en chantier de musées et de centres culturels majeurs, l'important volet récréatif du projet Archipel, l'aménagement des grands centres de ski alpin et de stations touristiques intégrées, tels les projets de stations touristiques Orford-Magog et Sutton, constituent autant de projets qui concrétisent cette orientation.

Il ne fait pas de doute dans ce contexte qu'avec la recrudescence des projets qui affectent ou sont affectés par le Tourisme et la présence de multiples partenaires de développement, le rôle de coordination du ministère du Tourisme sera plus que jamais mis en évidence.

Un centre de développement des ressources humaines mieux adapté aux besoins de l'industrie

On ne saurait parler de développement touristique sans souligner la tâche, particulièrement vitale dans le domaine du tourisme, de la formation, du perfectionnement et du recyclage des ressources humaines. L'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec représente un complexe de formation professionnelle particulièrement bien structuré, qui intègre à la fois des cours de niveau secondaire, de niveau collégial et des cours de formation des adultes, auquel on a greffé un centre d'apprentissage pratique (l'Hôtel de l'Institut) tout en poursuivant par ailleurs un programme de stage pratique à l'extérieur. Cet établissement incorpore de plus un Centre de consultation en gestion, un Centre de recherche technologique et poursuit des activités de coopération internationale.

L'importance des opérations de l'ITHQ, qui a formé plus de 5,000 personnes, fournit des services de conseil-gestion à plus de cent entreprises, répondu à plus de 375 demandes de consultations techniques (aménagement de cuisines, utilisation de nouveaux produits etc..) indique bien l'ampleur des besoins de formation, de conseil-gestion et d'emploi. En ce qui concerne l'emploi, incidemment, un relevé effectué auprès des finissants, promotion 1983, montre que 90.7% d'entre eux avaient un emploi.

3- QUELQUES PERSPECTIVES POUR 1985

Le bilan des principales actions de l'année '84, du moins celles qui ressortent par leur caractère inédit - création du ministère, programme élargi de promotion, parachèvement de la nouvelle politique d'accueil, projets de développement touristique - fournit de bonnes indications de ce que sera constitué la présente année. Par ailleurs, plusieurs nouvelles activités ou orientations sont à prévoir au niveau de la publicité et de la promotion.

On ajoutera, par exemple, deux nouveaux volets à la campagne de ski de cet hiver: la promotion de la motoneige et la promotion de week-end urbain. Par ailleurs, la campagne Ontario sera davantage adaptée aux goûts et préférences

des ontariens et pour permettre la promotion de produits touristiques spécifiques. Dans le cadre de la campagne congrès, la stratégie média se verra modifiée. On est à élaborer d'autre part une campagne "chasse" et une campagne "voyage de noces" sur les marchés américains et ontariens. Le rabais accordé aux intervenants au sein du programme de publicité coopérative (rappelons que le plan de relance y prévoyait un budget de 2 millions$) sera augmenté à 50% dans le but de faciliter davantage l'accès aux marchés étrangers.

La campagne publicitaire sur le marché québécois au cours de l'été prochain visera à présenter aux québécois les possibilités de vacances sous cinq thèmes principaux: la villégiature, la gastronomie, la découverte culturelle, les fêtes et festivals populaires et le plein air. Cette campagne sera conduite en deux étapes, la première consistant à créer le goût de prendre ses vacances au Québec et la deuxième, plus intensive, consistant à présenter des attrations ou évènements qui "valent le déplacement".

Dans le cadre de la politique d'accueil, le projet d'informatisation des renseignements touristiques et de réservation d'hébergement sera poursuivi et un système de classification des attractions touristiques sera développé.

Au chapitre de la planification touristique, les plans régionaux de développement touristique, réalisés en collaboration avec d'autres intervenants gouvernementaux et régionaux, prendront forme. La

recherche et la planification seront davantage systématisées à plusieurs niveaux: les enquêtes et la statistique, la connaissance des produits et des secteurs touristiques, les études régionales, et enfin les politiques et les programmes.

De plus, un certain nombre de projets-moteurs seront mis en route dans le cadre de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le tourisme. Il s'agira de projets conjoints avec l'entreprise privée ou de projets publics, reliés à des infrastructures ou des équipements à caractère touristique susceptibles de stimuler la venue d'investissements privés et d'accélérer le développement de zones touristiques intégrées. Cette entente prévoit des investissements publics de 100 millions $ sur 5 ans.

Concernant l'agrément et la surveillance des établissements d'hébergement et de restauration, les efforts se poursuivront dans le but de rationaliser le mode d'inspection. De plus, les pourvoiries de chasse et pêche feront l'objet d'un examen approfondi. Il en sera de même pour la classification des terrains de camping.

Un travail de révision des objectifs généraux des programmes de formation et la mise en pratique de nouvelles méthodologies d'enseignement d'une part, de même que la multiplication des actions de consultation auprès des PME touristiques d'autre part, orienteront les activités de l'ITHQ en 1985.

A la SPCM, le bilan des négociations en cours avant le début de l'année financière 84-85 permettait déjà d'envisager la tenue de 78 événements dont 30 congrès, impliquant la venue de 88 500 délégués et de 845 000 visiteurs.

MINISTERE DU TOURISME

Québec, le 23 janvier 1985